

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Brand trust*, *Customer experience*, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Grosir Al Amin Gombang” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *brand trust*, *customer experience*, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko grosir Al Amin Gombang, dengan hasil sebagai berikut:
 - a. Berdasarkan hasil uji t parsial pada variabel bebas *brand trust* nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai t-hitung sebesar $28,333 > t$ -tabel sebesar 2,003 sehingga H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Ini membuktikan bahwa variabel *brand trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko grosir Al Amin Gombang. Hal ini mengindikasikan bahwa *brand trust* memainkan peran penting dalam membangun kepuasan pelanggan, yang berarti tingkat kepercayaan pelanggan terhadap merk, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas dengan layanan dan produk yang ditawarkan.
 - b. Berdasarkan hasil uji t parsial pada variabel bebas *customer experience*, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ dan t-hitung sebesar $-2,034 < -T$ tabel -2,003 sehingga H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel *customer experience* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko grosir Al Amin

Gombang. Sehingga jika nilai *customer experience* maka kepuasan pelanggan menurun. Hal ini mengidentifikasi bahwa pengalaman pelanggan yang lebih baik lagi secara signifikan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di toko grosir Al Amin Gombang ini.

- c. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko grosir Al Amin Gombang dengan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dan $T \text{ hitung sebesar } 2,230 > T \text{ tabel } 2,003$ sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di grosir Al Amin Gombang. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Toko Grosir Al Amin Gombang sebaiknya terus menjaga dan meningkatkan kecepatan, keakuratan, dan keramahan layanan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan kesuksesan jangka panjang.
2. Variabel *brand trust*, *customer experience*, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko grosir Al Amin Gombang dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F \text{ hitung sebesar } 24,758 > F \text{ tabel sebesar } 2,77$ sehingga H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak dan berkontribusi. Nilai $R \text{ square}$ sebesar 0,570 atau 57% yang mengindikasikan bahwa model ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang didapatkan, maka saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Penguatan *Brand trust* dan Kualitas Pelayanan terhadap Toko Grosir Al Amin Gombang disarankan untuk secara konsisten membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan serta meningkatkan kualitas pelayanan. Ini melibatkan penerapan praktik komunikasi yang transparan, menjaga konsistensi dalam produk dan layanan, serta memberikan pelayanan yang profesional, ramah, dan responsif. Dengan memperkuat *brand trust* dan memastikan kualitas pelayanan yang tinggi, toko dapat menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan mereka, dan mendorong loyalitas jangka panjang.
2. Memastikan *customer experience* tetap optimal. Melakukan perbaikan mengingat pengaruh negatif yang signifikan dari *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan, Toko Grosir Al Amin Gombang perlu fokus pada perbaikan pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Beberapa hal yang harus dilakukan termasuk mengevaluasi dan memperbaiki proses layanan, memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan memenuhi standar profesional dan responsif. Penggunaan umpan balik pelanggan untuk mengidentifikasi kekurangan dan menerapkan perbaikan yang tepat akan membantu mengurangi dampak negatif dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

3. Melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin untuk mendapatkan masukan tentang apa yang perlu ditingkatkan. Ini akan membantu menyesuaikan strategi dan kebijakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan

C. Kata Penutup

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Alloh SWT atas kesehatan, semangat, dan kemudahan yang diberikan. Berkat rahmat-Nya, penelitian tentang “Analisis Pengaruh *Brand trust*, *Customer experience*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Grosir Al Amin Gombong ini telah berhasil diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dalam hal pengolahan data, analisis, maupun literatur yang digunakan sebagai landasan teori. Keterbatasan pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam bidang penelitian dan penulisan ilmiah berkontribusi pada kekurangan tersebut. Peneliti memohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat umum dan menambah wawasan serta referensi bagi mahasiswa dan peneliti di masa depan.